



**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN.  
(STUDI PADA LARISA AESTHETIC CENTER KUDUS)**

Oleh :

**KHOZAINUR ROHMAH**

**NIM. 2013-11-270**

**PROGRAM STUDI MANAJMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI PADA LARISSA AESTHETIC CENTER KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

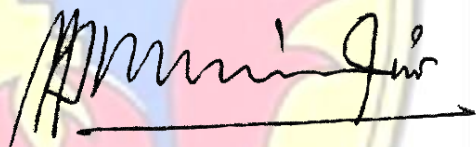
Tanggal ,..... 2017

Mengetahui  
Ketua ProgDi



**Agung Subono, SE, M.Si.**  
NIDN. 0520017602

Pembimbing I



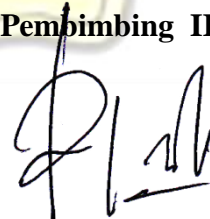
**Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.**  
NIDN. 0608086402

Mengetahui  
Dekan,



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**Ratih Hesty Utami, SE. MM.**  
NIDN. 0624018301

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat.  
Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”  
(Al-Mujadillah:11)

“Allah mencintai orang yang bekerja apabila bekerja maka ia selalu memperbaiki prestasi kerja”  
( H.R. Tabrani )

### **Kupersembahkan kepada :**

1. Kedua orang tuaku tersayang.
2. Keluargaku yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Sahabat karibku semuanya.
4. Almamater kebanggaanku

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ratih Hesty Utami, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Seluruh responden di Larissa Aesthetic CenterKudus yang telah berkenan mengisi kuesioner yang telah dibagikan.
7. Pimpinan Larissa Aesthetic CenterKudus yang telah memberikan ijin penelitian.

8. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 2017  
Penulis

**KHOZAINUR ROHMAH**  
**NIM. 2013-11-270**



## ABSTRAKSI

### **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA LARISSA *AESTHETIC CENTER* KUDUS)**

**KHOZAINUR ROHMAH**

**NIM. 2013-11-270**

Dosen Pembimbing : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.  
2. Ratih Hesty Utami, SE. MM..

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *Customer Relationship Management* dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Larissa *Aesthetic Center* Kudus. Dimana diajukan empat variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu orang, proses, teknologi dan kepuasan konsumen sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap pelanggan di Larissa *Aesthetic Center* Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi orang, proses, teknologi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Larissa *Aesthetic Center* Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orang, proses, teknologi dan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Larissa *Aesthetic Center* Kudus. Larissa *Aesthetic Center* Kudus diharapkan meningkatkan proses pelayanan yang cepat dan tepat, salah satunya adalah membuka pelayanan pembayaran non tunai.

Kata kunci: orang, proses, teknologi dan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan

## **ABSTRACT**

### ***EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AND CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY (STUDY ON THE LARISSA AESTHETIC CENTER KUDUS)***

**KHOZAINUR ROHMAH**

**NIM. 2013-11-270**

*Guidance Lecturer* : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.  
2. Ratih Hesty Utami, SE. MM..

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
***ECONOMIC DEPARTMENT OF MANAGEMENT PROGRAM***

*This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management and customer satisfaction on customer loyalty in Larissa Aesthetic Center Kudus. Where is proposed four independent variables and one dependent variable that is person, process, technology and consumer satisfaction as independent variable and customer loyalty as dependent variable..*

*This research was conducted by survey method to customers in Larissa Aesthetic Center Kudus and analyzed by regression. The first stage examines the validity and reliability of each variable question. The second stage, regressing people, processes, technology and customer satisfaction with customer loyalty at Larissa Aesthetic Center Kudus.*

*The results showed that the variables of people, processes, technology and customer satisfaction have a significant positive effect on customer loyalty in Larissa Aesthetic Center Kudus. Larissa Aesthetic Kudus is expected to improve the service process quickly and precisely, one of which is to open the service of non-cash payment.*

*Keywords: people, processes, technology and customer satisfaction and customer loyalty*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	8
2.2. KepuasanKonsumen .....	20
2.3. Loyalitas Pelanggan .....	23
2.4. TinjauanPenelitian Terdahulu .....	27
2.5. Kerangka Pikir Teoritis .....	29
2.6. Hipotesis.....	30



BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Rancangan Penelitian .....	32
3.2. Variabel Penelitian .....	32
3.3. Definisi Operasional .....	33
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	36
3.5. Populasi dan Sampel.....	37
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
3.8. Pengolahan Data .....	40
3.9. Analisis Data .....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.2. Uji Instrumen.....	51
4.3. Penyajian Data .....	53
4.4. Analisis Data .....	57
4.5. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran-saran .....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Sampel.....	38
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	52
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	53
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Orang.....	54
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Proses.....	54
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Teknologi.....	55
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	56
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi.....	57
Tabel 4.9. Hasil Analisis Parsial .....	59
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$ ).....	64
Tabel 4.11. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	65

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
Gambar 4.1.Penerapan Kerangka Keterkaitan Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan di Larissa Aesthetic Center Kudus .....	69

